

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan

Variabel	Dimensi	Indikator	Daftar Pertanyaan	Ekspektasi Jawaban
Segmentasi pasar (X1)	Demografis	Jenis Kelamin	Apa jenis kelamin anda?	Laki-laki Perempuan
		Usia	Berapakah usia anda?	15 – 19 tahun 20 – 24 tahun 25 – 29 tahun 30 – 34 tahun 35 – 39 tahun 40 – 44 tahun 45 – 49 tahun ≥ 50 tahun (BPS, 2022)
		Pendidikan	Apa pendidikan terakhir Anda?	Tidak sekolah Sekolah Dasar SMP/SLTP SMA/SMK Diploma/Sarjana S2/S3
		Pekerjaan	Apa pekerjaan anda?	Pelajar/Mahasiswa Karyawan Wiraswasta TNI/POLRI Pensiunan/Tidak bekerja
		Pendapatan	Berapa pendapatan anda?	<Rp1.000.000 Rp1.000.000 – Rp5.000.000 Rp5.000.000 – Rp10.000.000 Rp10.000.000 – Rp15.000.000 >Rp15.000.000 (Molebila et al., 2022)

		<i>Interest</i>	Untuk apa anda menggunakan produk marigold?	Bunga Papan Karangan bunga Dekorasi ruangan Bunga taman
	Psikografis	<i>Opinion</i>	Bagaimana anda menyukai marigold untuk karangan bunga?	Sangat tidak suka Tidak suka Sedikit tidak suka Netral Sedikit suka Suka Sangat suka
			Bagaimana anda menyukai marigold untuk dekorasi ruangan?	Sangat tidak suka Tidak suka Sedikit tidak suka Netral Sedikit suka Suka Sangat suka
			Bagaimana anda menyukai marigold untuk bunga papan?	Sangat tidak suka Tidak suka Sedikit tidak suka Netral Sedikit suka Suka Sangat suka
			Bagaimana anda menyukai marigold untuk pembuatan taman?	Sangat tidak suka Tidak suka Sedikit tidak suka Netral Sedikit suka Suka Sangat suka
		<i>Activity</i>	Berapa kali anda memberikan karangan bunga dalam setahun terakhir?	0 1 - 2 kali 3 - 5 kali 6 - 9 kali > 10 kali

			<p>Berapa kali Anda memberikan papan bunga dalam setahun terakhir?</p> <p>0 1 - 2 kali 3 - 5 kali 6 - 9 kali > 10 kali</p>
			<p>Berapa kali anda menggunakan bunga sebagai dekorasi ruangan dalam setahun terakhir?</p> <p>0 1 - 2 kali 3 - 5 kali 6 - 9 kali > 10 kali</p>
			<p>Berapa kali anda membuat taman bunga dalam setahun terakhir?</p> <p>0 1 - 2 kali 3 - 5 kali 6 - 9 kali > 10 kali</p>
	Geografis	Keterjangkauan	<p>Bagaimana keterjangkauan lokasi PT BUF?</p> <p>Sangat tidak terjangkau Tidak terjangkau Sedikit tidak terjangkau Tidak tahu Sedikit terjangkau Terjangkau Sangat terjangkau</p>
Bauran pemasaran (X2)	Produk (Product)	Keadaan produk	<p>Bagaimana pendapat anda tentang :</p> <p>a) Marigold kuning b) Marigold oranye</p> <p>Sangat tidak suka Tidak suka Sedikit tidak suka Netral Sedikit suka Suka Sangat suka</p>
			<p>Bagaimana pendapat Anda tentang :</p> <p>a) Kemasan plastik b) Kemasan kertas</p> <p>Sangat tidak suka Tidak suka Sedikit tidak suka Netral Sedikit suka Suka Sangat suka</p>

		<p>Bagaimana pendapat anda tentang:</p> <p>a) Wadah pot</p> <p>b) Wadah <i>polybag</i></p>	<p>Sangat tidak suka</p> <p>Tidak suka</p> <p>Sedikit tidak suka</p> <p>Netral</p> <p>Sedikit suka</p> <p>Suka</p> <p>Sangat sukai</p>
	Kualitas	<p>Apakah alasan anda membeli marigold karena :</p> <p>a) Warna bunga</p> <p>b) Kematangan kuncup bunga</p> <p>c) Warna daun</p> <p>d) Tinggi tanaman</p>	<p>Sangat tidak setuju</p> <p>Tidak setuju</p> <p>Sedikit tidak setuju</p> <p>Netral</p> <p>Sedikit setuju</p> <p>Setuju</p> <p>Sangat setuju</p>
	Ketertarikan	<p>Apakah alasan anda membeli Marigold karena :</p> <p>a) Harga</p> <p>b) Keterjangkauan tempat</p> <p>c) Informasi tempat</p> <p>d) Harga produk lain</p>	<p>Sangat tidak setuju</p> <p>Tidak setuju</p> <p>Sedikit tidak setuju</p> <p>Netral</p> <p>Sedikit setuju</p> <p>Setuju</p> <p>Sangat setuju</p>
	Produk pengganti	<p>Apa produk lain yang dapat menggantikan marigold?</p>	<p>Tidak ada</p> <p>Ada, sebutkan</p>
		<p>Apa alasan anda membeli produk pengganti marigold?</p>	<p>Warna bunga</p> <p>Kematangan kuncup bunga</p> <p>Warna daun</p> <p>Tinggi tanaman</p>

	Harga (Price)	Harga tertinggi	Harga tertinggi yang bersedia Anda bayar untuk produk marigold kuning dalam <i>polybag</i>	5000 - 5900 6000 - 6900 7000 - 7900 8000 - 8900 9000 - 9900 10000
			Harga tertinggi yang bersedia Anda bayar untuk produk marigold kuning dalam pot	7000 - 7900 8000 - 8900 9000 - 9900 10000 - 10900 11000 - 11900 12000 - 12900 13000 - 13900 14000
			Harga tertinggi yang bersedia Anda bayar untuk produk marigold oranye dalam <i>polybag</i>	5000 - 5900 6000 - 6900 7000 - 7900 8000 - 8900 9000 - 9900 10000
			Harga tertinggi yang bersedia anda bayar untuk produk marigold oranye dalam pot	7000 - 7900 8000 - 8900 9000 - 9900 10000 - 10900 11000 - 11900 12000 - 12900 13000 - 13900 14000
	Promosi (Promotion)	Informasi	Bagaimana Anda memperoleh informasi tentang marigold di PT BUF?	Website Facebook Instagram Whatsapp Brosur Pameran Referensi orang lain
			Bagaimana Anda memperoleh informasi tentang bunga?	Website Facebook Instagram Whatsapp Brosur Pameran Referensi orang lain

			<p>Bagaimana Anda memperoleh produk marigold PT BUF?</p>	<p>Pembelian langsung Pesan ambil Pesan antar Bayar tunda</p>
	Tempat (Place)	Lokasi	<p>Seberapa sering Anda membeli marigold di lokasi berikut? PT BUF Penangkaran bunga lain Toko bunga Market place</p>	<p>Tidak pernah Hampir tidak pernah Jarang Tidak tahu Kadang-kadang Sering Selalu</p>

Lampiran 2. Tabel Skala Semantic

Lampiran Tabel 1 Pendapat Responden Terhadap Penggunaan Marigold

Skala	Poin	Karangan bunga	Skor	Dekorasi ruangan	Skor	Bunga papan	Skor	Pembuatan taman	Skor
Sangat suka	7	23	161	19	133	24	168	38	266
Suka	6	14	84	15	90	16	96	6	36
Sedikit suka	5	8	40	11	55	5	25	1	5
Netral	4	0	0	0	0	0	0	0	0
Sedikit tidak suka	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Tidak suka	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Sangat tidak suka	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Total		45	285	45	278	45	289	45	307
Rata-rata			6,33		6,17		6,42		6,82

Lampiran Tabel 2 Keterjangkauan Lokasi

Skala	Poin	Frekuensi	Skor	Persentase
Sangat terjangkau	7	9	63	20%
Terjangkau	6	25	150	55,6%
Sedikit terjangkau	5	9	45	20%
Tidak tahu	4	0	0	0%
Sedikit tidak terjangkau	3	2	6	4,4%
Tidak terjangkau	2	0	0	0%
Sangat tidak terjangkau	1	0	0	0%
Total		45	264	100%
Rata-rata			5,86	

Lampiran Tabel 3 Ketertarikan Terhadap Warna Marigold

Skala	Poin	Marigold kuning	Skor	Marigold oranye	Skor
Sangat suka	7	25	175	18	126
Suka	6	19	114	20	120
Sedikit suka	5	1	5	7	35
Netral	4	0	0	0	0
Sedikit tidak suka	3	0	0	0	0
Tidak suka	2	0	0	0	0
Sangat tidak suka	1	0	0	0	0
Total		45	294	45	281

Lampiran Tabel 4 Ketertarikan Terhadap Pengemasan

Skala	Poin	Kemasan Plastik	Skor	Kemasan Kertas	Skor
Sangat suka	7	7	49	3	21
Suka	6	34	204	29	174
Sedikit suka	5	4	20	13	65
Netral	4	0	0	0	0
Sedikit tidak suka	3	0	0	0	0
Tidak suka	2	0	0	0	0
Sangat tidak suka	1	0	0	0	0
Total		45	273	45	260

Lampiran Tabel 5 Ketertarikan Terhadap Wadah Marigold

Skala	Poin	Pot	Skor	Polybag	Skor
Sangat suka	7	17	119	8	56
Suka	6	26	156	27	162
Sedikit suka	5	2	10	10	50
Netral	4	0	0	0	0
Sedikit tidak suka	3	0	0	0	0
Tidak suka	2	0	0	0	0
Sangat tidak suka	1	0	0	0	0
Total		45	285	45	268

Lampiran Tabel 6 Alasan Pembelian Marigold Berdasarkan Karakteristik Produk

Skala	Poin	Warna bunga	Skor	Kematangan kuncup bunga	Skor	Warna daun	Skor	Tinggi tanaman	Skor
Sangat setuju	7	36	252	35	245	22	154	20	140
Setuju	6	9	54	10	60	18	108	17	102
Sedikit setuju	5	0	0	0	0	5	25	8	40
Netral	4	0	0	0	0	0	0	0	0
Sedikit tidak setuju	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Total		45	306	45	305	45	287	45	282

Lampiran Tabel 7 Faktor Penentu Pembelian Marigold

Skala	Poin	Harga	Skor	Keterjangkauan tempat	Skor	Informasi tempat	Skor	Harga produk lain	Skor
Sangat setuju	7	34	238	15	105	15	105	8	56
Setuju	6	11	66	18	108	25	150	22	132
Sedikit setuju	5	0	0	12	60	5	25	14	70
Netral	4	0	0	0	0	0	0	1	4
Sedikit tidak setuju	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Sangat tidak setuju	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Total		45	304	45	273	45	280	45	262

Lampiran Tabel 8 Frekuensi Pembelian Marigold di Lokasi Berbeda

Skala	Poin	PT BUF	Skor	Penangkaran bunga lain	Skor	Toko bunga	Skor	Market place	Skor
Selalu	7	1	7	0	0	0	0	0	0
Sering	6	21	126	0	0	1	6	6	36
Kadang- kadang	5	22	110	13	65	9	45	12	60
Tidak tahu	4	0	0	0	0	0	0	0	0
Jarang	3	1	3	31	93	24	72	12	36
Hampir tidak pernah	2	0	0	1	2	8	16	9	18
Tidak pernah	1	0	0	0	0	3	3	6	6
Total		45	246	45	160	45	142	45	156

Lampiran 3. Gambar



Lampiran 1 Perusahaan



Lampiran 2 Marigold Sebagai Bunga Taman



Lampiran 3 Marigold Sebagai Dekorasi Ruangan



Lampiran 4 Marigold Sebagai Karangan Bunga



Lampiran 5 Contoh Penggunaan Kemasan Kertas



Lampiran 6 Marigold Dalam Pot

MARIGOLD

MARKETING PLAN



RINGKASAN EKSEKUTIF

PT Bina Usaha Flora merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian khususnya budidaya berbagai macam varietas tanaman hias. Perusahaan ini terletak di Jalan Mariawati KM 5.5, Kampung Pataruman, Desa Kawungluwuk, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat.

Marigold merupakan salah satu jenis tanaman hias hamparan (*bedding plants*) yang memiliki keindahan warna bunga cerah yang terdiri dari warna kuning dan oranye. Tanaman marigold cocok dijadikan sebagai tanaman untuk pembuatan taman. Selain itu marigold juga banyak digunakan untuk bunga potong, bunga papan, dan juga bunga tabur untuk upacara keagamaan.

Marigold di PT BUF dapat diperoleh dengan cara pembelian langsung yaitu dengan datang langsung ke lokasi untuk melihat keadaan, cara berikutnya adalah pesan antar yaitu dengan pemesanan lewat telepon atau secara online yang kemudian perusahaan akan mengantar pesanan ke tempat konsumen, dan cara yang terakhir adalah dengan pemesanan terlebih dahulu dan pengambilan produk tetap dilakukan oleh konsumen.

Keunggulan Marigold di PT BUF

- a. Tanaman marigold merupakan tanaman hias yang berkualitas dapat dilihat dari keadaan tanaman seperti keadaan warna bunga, daun, dan keadaan batang serta atribut yang menyertainya.
- b. *Layout* atau tata letak perusahaan yang mempermudah konsumen yang datang ke lokasi untuk melihat tanaman marigold.
- c. Kualitas layanan yang mempermudah konsumen untuk memperoleh informasi tentang marigold dan juga membantu dalam memilih marigold yang diinginkan.
- d. Harga marigold terjangkau atau dapat diterima oleh konsumen.

Target Pasar

PT BUF merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan sistem penjualan B2B (*Business to business*) dimana perusahaan kebanyakan menjual tanaman hias marigold ke pedagang bunga yang ada di beberapa wilayah Jawa Barat. Maka berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa target pasar dari tanaman marigold di PT BUF adalah pedagang bunga atau tanaman hias. Untuk wilayah pemasaran dari marigold tentu dapat dilakukan perluasan untuk daerah selain wilayah pelanggan yang sudah ada di Jawa Barat.

Selain itu target pasar dari tanaman hias marigold adalah pasar online dimana pelanggan bisa dengan mudah menemukan produk tersebut. Dalam hal tersebut, target yang dicapai bisa jadi konsumen yang menggunakan marigold untuk pribadi dan juga konsumen yang menggunakan marigold untuk bisnis.

PESAN MEREK

Marigold merupakan salah produk tanaman hias unggulan yang diproduksi oleh PT BUF. Keberadaan marigold sangat diperhitungkan karena banyaknya pelanggan yang menginginkan marigold untuk berbagai kegunaan seperti pembuatan taman dan karangan bunga.

Untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan maka visi dan misi yang dari perusahaan yang tentunya diterapkan juga terhadap produk marigold adalah sebagai berikut.

Visi

Menjadi perusahaan yang profesional lintas generasi di bagian florikultura.

Misi

Adapun Misi PT Bina Usaha Flora yaitu :

- a. Menjadi *trendsetter* penghasil bunga potong semusim, lanskap (*bedding plants, pot plants, hanging pot*, dan ornamental).
- b. Menjalankan proses *trendsetting* secara berkesinambungan dan terjadwal.
- c. *Networking* yang aktif dan progresif.
- d. Menjalankan proses regenerasi dan kepemimpinan yang andal.
- e. Menjadi *green company*.

KONSUMEN MARIGOLD

Jenis Kelamin

Responden marigold merupakan pelanggan yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Pada segmentasi pasar, pelanggan yang lebih banyak menyukai marigold adalah perempuan. Pada umumnya perempuan lebih menyukai keindahan tanaman dibandingkan dengan laki-laki. Sehingga dapat dikatakan bahwa perempuan lebih banyak membeli tanaman hias termasuk marigold dibandingkan dengan laki-laki.

Usia

Responden marigold terdiri dari berbagai *range* usia yang dimulai dari usia 15 tahun. Pada segmentasi pasar, usia pelanggan yang lebih banyak adalah usia 35-39 tahun dan 25-29 tahun. Peminat tanaman hias terdiri dari semua kalangan usia, namun pada penelitian ini dapat dilihat bahwa pembeli tanaman hias adalah mereka yang berada pada usia produktif atau sudah memiliki penghasilan.

Pendidikan

Pendidikan responden marigold kebanyakan merupakan lulusan SMA/SMK dan juga lulusan dari S1. Tingkat pendidikan pelanggan berpengaruh terhadap karakteristik pelanggan tersebut ketika akan membeli tanaman hias.

Pekerjaan

Kebanyakan pekerjaan responden marigold adalah karyawan dan wiraswasta. Pekerjaan tersebut sesuai dengan pelanggan marigold selama ini yaitu mereka yang kebanyakan akan menjual kembali tanaman marigold ke konsumen berikutnya.

Pendapatan

Pendapatan responden marigold yang lebih banyak berkisar antara Rp1.000.000,- hingga Rp5.000.000,-. Pendapatan berpengaruh terhadap keinginan pelanggan untuk membeli tanaman hias termasuk marigold.

PRODUK MARIGOLD YANG DISUKAI PELANGGAN

KEADAAN PRODUK

VARIASI WARNA BUNGA

Warna marigold yang lebih banyak disukai oleh pelanggan adalah marigold berwarna kuning (6,53). Artinya dapat pengurangan jumlah produksi marigold warna oranye dapat dilakukan untuk menghindari banyaknya produk terbuang.

PENGEMASAN

Pengemasan marigold dilakukan ketika akan mengirimkan produk konsumen. Dalam hal ini kemasan yang lebih banyak disukai pelanggan adalah kemasan plastik (6,06). Hal itu tentu disesuaikan dengan keamanan produk hingga sampai ke tangan konsumen.

PENGGUNAAN WADAH

Wadah untuk penanaman marigold merupakan salah satu hal yang dapat menambah nilai estetika. Kebanyakan pelanggan menyukai marigold dalam wadah pot (6,33).

KUALITAS PRODUK YANG DISUKAI PELANGGAN

WARNA BUNGA

Hal yang dijual dari tanaman hias bunga seperti marigold adalah bunganya itu sendiri sehingga warna bunga menjadi salah satu faktor yang paling penting diperhatikan pelanggan ketika akan membeli marigold. Kebersihan dan kesegaran bunga harus diperhatikan. Terdapat dua jenis warna bunga marigold di PT BUF, dimana kedua warna tersebut menjadi salah satu daya tarik bagi pelanggan.

KEMATANGAN KUNCUP BUNGA

Kematangan kuncup bunga marigold merupakan salah satu hal yang penting diperhatikan pelanggan ketika memilih tanaman. Marigold yang disukai adalah marigold yang belum mekar sempurna. Tanaman marigold yang sudah muncul bunga adalah tanaman yang sudah siap dijual.

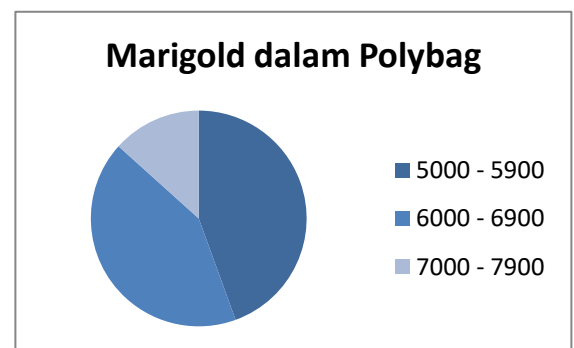
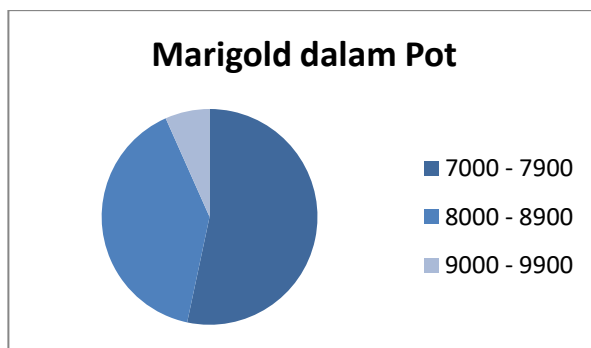
WARNA DAUN

Daun menjadi salah satu hal penting karena marigold biasanya digunakan untuk pembuatan taman, sehingga keindahan dan kebersihan keseluruhan tanaman merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Kesegaran daun menjadi nilai penting bagi tanaman marigold, selain itu harus dipastikan juga tidak ada daun yang busuk atau rusak ketika akan menjual tanaman ke pelanggan.

TINGGI TANAMAN

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa marigold lebih banyak digunakan untuk pembuatan taman. Berdasarkan hal tersebut tinggi tanaman yang seragam tentu akan lebih diminati pelanggan dalam pembuatan *landscape* atau taman.

HARGA YANG DIINGINKAN KONSUMEN



Untuk harga masing-masing marigold untuk penanaman dengan wadah pot ataupun *polybag* dapat dilihat pada gambar diatas. Untuk marigold dalam *polybag* kebanyakan konsumen bersedia membeli marigold dengan harga marigold seperti biasanya, namun beberapa konsumen masih akan tetap membeli marigold dengan harga antara Rp6.000,- hingga harga Rp7.900,-per tanaman. Begitu juga dengan marigold dalam wadah pot, sebagian konsumen akan membeli marigold dengan harga antara Rp8.000,- hingga Rp9.900,- per tanaman.

TUJUAN PEMASARAN

Tujuan pemasaran marigold adalah untuk meningkatkan penjualan yang tergolong stagnan. Dimana hal tersebut dapat dicapai dengan mengetahui target pasar sesuai dengan segmentasi pasar dan juga produk dan layanan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Pemasaran marigold dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar dan juga mengetahui siapa yang akan menjadi target pasar dari tanaman hias marigold.

STRATEGI PEMASARAN

STRATEGI PRODUK

Keadaan produk

Keadaan produk marigold yang telah diketahui dapat dilihat variasi warna bunga, penggunaan kemasan, dan juga penggunaan wadah. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa:

- Warna marigold yang lebih disukai adalah warna kuning sehingga perlu dilakukan penyesuaian antara produksi marigold kuning dan oranye. Dimana hal tersebut bisa menjadi salah satu hal yang dapat mengurangi produk marigold yang terbuang.
- Kualitas Produk. Mempertahankan kualitas produk dengan mencegah kerusakan bunga, daun, dan batang tanaman.

STRATEGI PENETAPAN HARGA

- Variasi harga

Harga merupakan faktor yang paling penting untuk dipertimbangkan pelanggan dalam membeli produk tanaman hias marigold. Konsumen marigold dapat menerima harga marigold dalam polybag hingga Rp6100,- per tanaman. Pada saat ini harga jual tertinggi marigold berada pada Rp5500,- per tanaman. Maka berdasarkan harga tertinggi yang diterima konsumen, harga produk dapat dibedakan berdasarkan kuantitas tanaman yang akan dibeli.

- Diskon produk

Diskon produk tanaman hias marigold dapat diberikan kepada konsumen yang sudah melakukan pembelian berulang ke PT BUF. Hal yang dapat dilakukan adalah memberikan potongan harga. Potongan harga dapat dilakukan dengan

penjualan tertentu seperti pembelian 50 tanaman ataupun dengan jumlah diatas 100 tanaman.

Selain itu diskon produk juga dapat dilakukan dengan pemberian tanaman tambahan, bisa dengan tanaman hias sejenis yaitu marigold ataupun tanaman hias lainnya.

STRATEGI PROMOSI

- Penggunaan media sosial.

Saat ini media sosial merupakan salah satu sumber untuk memperoleh informasi tentang berbagai hal, salah satunya adalah tanaman hias. Update informasi di media sosial perlu dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan terhadap produk tanaman hias yang dimiliki perusahaan. Media sosial yang bisa digunakan untuk promosi tanaman hias adalah Instagram dan Facebook.

Selain itu pemasaran dan penjualan tanaman hias di marketplace juga merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar marigold. Saat ini konsumen sudah lebih banyak berbelanja berbagai macam produk dari *marketplace* sehingga penjualan tanaman marigold di marketplace merupakan hal yang bisa dicoba.

- Informasi Pelanggan

Kebanyakan konsumen yang membeli tanaman hias marigold di PT BUF adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian berulang. Oleh karena itu kualitas layanan perusahaan perlu ditingkatkan untuk menjaga kenyamanan pelanggan dan membantu perusahaan menyebarkan informasi terhadap konsumen lain.

STRATEGI LOKASI

- Memperhatikan tata letak tanaman hias untuk memudahkan konsumen yang datang ke lokasi. Kebanyakan pelanggan lebih memilih datang untuk melihat keadaan tanaman hias secara langsung. Oleh karena itu akses untuk ke lokasi harus tetap diperhatikan, begitu juga dengan tata letak perusahaan.
- Memastikan kenyamanan konsumen saat datang ke PT BUF merupakan hal yang perlu dilakukan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan ketersediaan lahan parkir dan juga kemudahan menjangkau tanaman yang akan dilihat konsumen.